Lt 5106

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

BUI THI NGA

NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

L-5106

Chuyên ngành : Kinh tế, quản lý và KHH KTQD
(Kinh tế Du lịch)

Mã số : 5.02.05

TÓM TẮT
LUẬN AN PHÓ TIẾN SĨ KHOA HỌC KINH TẾ

HÀ NỘI - 1996

CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN HÀ NỘI

Người hướng dẫn khoa học :

1- **PGS-PTS Nguyễn Văn Thường** : Chủ nhiệm khoa Du lịch-Marketing Đại học Kinh tế quốc dân
2- **PTS Nguyễn Văn Đính** : Chủ nhiệm Bộ môn Kinh tế Du lịch Đại học Kinh tế quốc dân.

Người nhận xét thứ nhất :

Người nhận xét thứ hai :

Đại diện cơ quan nhận xét :

Luận án sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận án cấp Nhà nước họp tại Trường Đại học Kinh tế quốc dân vào hồi . . . . giờ..... ngày..... tháng.... năm 199

Có thể tìm luận an tại

Thư viện Quốc gia
Thư viện Trường Đại học Kinh tế quốc dân

LỜI MỞ ĐẦU

1- Lý do chọn đề tài :

Từ năm 1990 đến nay, hoạt động của Du lịch Hà nội bắt đầu khởi sắc, đạt được sự tăng trưởng đáng kể. Tuy nhiên kết quả ấy chưa đáp ứng với yêu cầu, chưa tương xứng với vị trí và tiềm năng vốn có của Thủ đô có bề dày ngàn năm lịch sử.

Để du lịch Hà nội hoà nhập với sự phát triển của du lịch thế giới và vì sự nghiệp công nghiệp hoá , hiện đại hoá Thủ đô, ngành Du lịch Hà nội cần thiết phải phát triển ở tầm cao hơn, nên trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thập kỷ tới.

Đó là sự cần thiết khách quan, sự đòi hỏi cấp thiết và cũng là lý do chọn đề tài : "Những giải pháp chủ yếu để phát triển du lịch trên địa bàn Hà nội".

2- Tình hình nghiên cứu đề tài :

Với mong muốn Du lịch Thủ đô phát triển, từ trước tới nay đã có một số nhà khoa học viết một số bài và một số công trình nghiên cứu như đề tài : "Khảo sát đánh giá mạng lưới kinh doanh du lịch và khả năng phát triển trên địa bàn Hà nội" và đề tài "Định hướng phát triển du lịch khu văn hoá quốc gia, giải trí, khu di tích văn hóa trên địa bàn Thủ đô".Các công trình nói trên chưa đặt cho mình yêu cầu và phạm vi nghiên cứu toàn diện, chỉ đi sâu đánh giá và kiến nghị một số phương diện cụ thể như chủ đề đã nêu.

3- Mục đích và nhiệm vụ của luận án.

Trên cơ sở phân tích thực trạng kinh doanh và khả năng phát triển du lịch để đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm phát triển nhanh hơn và hiệu quả hơn ngành Du lịch trên địa bàn Hà nội .

Luận an có các nhiệm vụ sau :

- Trình bày rõ quan điểm ,lý luận phát triển Du lịch trên địa bàn Hà nội.

- Đánh giá tương đối cụ thể các tiềm năng phát triển Du lịch Thủ đô.

- Phân tích tương đối có hệ thống thực trạng kinh doanh du lịch mấy năm qua.

- Đề xuất các giải pháp chủ yếu nhằm phát triển nhanh hơn và hiệu quả hơn du lịch Thủ đô Hà nội.

4- Phương pháp nghiên cứu :

Vận dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Ngoài ra còn sử dụng phương pháp tiếp cận hệ thống , phương pháp thống kê ...

5- Điểm phát triển mới của luận án :

- Luận án đánh giá một cách có hệ thống và toàn diện tài nguyên du lịch ở Thủ đô kể cả tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên xã hội khi phức thể gắn bó với nhau thành các nguồn lực có thể huy động vào sự tăng trưởng cho ngành du lịch.

- Nêu ra những luận cứ có cơ sở khoa học và thực tiễn để xác định mục tiêu các quan điểm và những giải pháp đồng bộ hy vọng trong vòng 10-15 năm tới ngành du lịch Hà nội trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu phát triển kinh tế xã hội của Thủ đô.

6- Kết cấu của luận án :

Tên luận án : "Những giải pháp chủ yếu để phát triển du lịch trên địa bàn Hà nội".

Ngoài mở đầu và kết luận luận án được cấu trúc thành ba chương với 120 trang, 21 biểu bảng, 42 đầu mục tham khảo.

Chương I : Du lịch Hà nội - Sự cần thiết và khả năng phát triển.

Chương II: Thực trạng của Du lịch Hà nội.

Chương III : Những định hướng và các giải pháp chủ yếu để phát triển ngành du lịch Hà nội trong thời gian tới.

Chương I

DU LỊCH HÀ NỘI - SỰ CẦN THIẾT VÀ KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN

I- VAI TRÒ CỦA DU LỊCH HÀ NỘI TRONG SỰ NGHIỆP PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI.

1- Đầu tư để phát triển du lịch phù hợp với xu thế của thời đại, phù hợp với đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước.

Tìm hiểu từ nguồn tài liệu của tổ chức du lịch thế giới cho thấy : trong thời kỳ từ 1980-1990 tỷ lệ tăng trưởng trung bình hàng năm của du lịch là 9,6%, trong khi thương mại chỉ tăng 7,4%.

Trong năm 1994 lượt khách đi du lịch trên thế giới là 528,4 triệu, lượt người tăng 3% và thu nhập tăng 5,1% so với năm 1993.

Ở những nước đang phát triển kinh doanh du lịch là một trong những phương thức chủ yếu để thu ngoại tệ.

Trong những năm gần đây Đảng cộng sản Việt Nam rất coi trọng phát triển du lịch. Nghị quyết đại hội 6 của Đảng đã nêu rõ : "Nhanh chóng khai thác các điều kiện thuận lợi của đất nước để mở mang du

lịch bằng nguồn vốn trong nước và hợp tác với nước ngoài". Đến Đại hội lần thứ VII của Đảng lại khẳng định một lần nữa phải phát triển du lịch ,vận tải hàng không, thông tin Bưu điện quốc tế và các hoạt động dịch vụ thu ngoại tệ khác.

2- Du lịch Hà nội với việc thúc dẩy sự phát triển của cả nước và các ngành kinh tế ở Thủ đô.

Hà nội có nhiều khả năng phát triển du lịch và là trung tâm vùng du lịch Bắc bộ. Phát triển Du lịch-Hà nội sẽ là điều kiện thúc đẩy sự phát triển du lịch Hải Phòng, Quảng Ninh và các tỉnh lân cận, là động lực quan trọng để phát triển nhanh kinh tế vùng tam giác tăng trưởng Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh.

Luận án chứng minh sự phát triển của Du lịch đã mở ra thị trường rộng lớn cho nông nghiệp ngoại thành, công nghiệp, thủ công mỹ nghệ, vận tải hàng không, bưu điện v.v... Du lịch phát triển tăng nguồn thu ngoại tệ, đóng góp nhiều hơn cho ngân sách, đời sống của những người làm du lịch và phục vụ du lịch ngày càng được nâng cao.

3- **Du lịch Hà Nội phát triển tăng thêm vẻ đẹp của Thủ đô và góp phần nâng cao đời sống văn hóa-xã hội.**

Khi Du lịch phát triển thu ngoại các công sở, trường học sẽ hình thành thêm các tụ điểm dịch vụ, thương nghiệp, các làng du lịch, làng văn hoá camping sân gol, cụm nhà nghỉ ... Khi lượng khách du lịch tăng cao tất yếu phải phát triển thêm khách sạn có tiêu chuẩn quốc tế, các siêu thị, cao ốc ở cả nội thành và ở cửa ô tăng thêm vẻ kiều diễm và góp phần nâng cao đời sống văn hoá-xã hội.

II- NHỮNG TIỀM NĂNG VÀ LỢI THẾ ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH HÀ NỘI

1- Tiềm năng về điều kiện tự nhiên :

Hà nội có sức thu hút khách nhờ ở vị trí tự nhiên thuận lợi. Phía Bắc và phía Tây là vùng đồi núi thấp. Ở Sóc Sơn và Ba Vì có một số rừng nguyên sinh. Ở đây có thể tổ chức du lịch leo núi, săn bắn, du lịch mạo hiểm, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, nghỉ cuối tuần.

Hà nội có nhiều nhánh sông nhỏ và nhiều hồ gần với những huyền thoại hấp dẫn có thể phát triển du thuyền, lướt ván, bơi lội, thể thao ...

Là giao điểm của các trục giao thông lớn của miền Bắc và cả nước đã tạo cho Hà nội khả năng giao lưu thuận lợi mà các tỉnh không thể có. Hà nội nổi lên như một đầu cầu để mở đầu và kết thúc một chuyến du lịch lý thú cho mọi du khách.

2- Những ưu thế về vật chất kỹ thuật :

Trừ hai ngành khai thác khoáng sản và hải sản, hầu như tất cả các ngành công nghiệp khác đều có mặt tại Thủ đô với hơn 300 doanh nghiệp Nhà nước, 13.000 doanh nghiệp công nghiệp ngoài quốc doanh.

Sự phát triển của công nghiệp một mặt cung cấp hàng hoá có chất lượng cho du khách, mặt khác làm tăng nhu cầu nhà nghỉ, khách sạn, tham quan và các dịch vụ khác, nhất là đối với các nhà kinh doanh nước ngoài vào Hà nội để hợp tác sản xuất - kinh doanh.

Hà nội lại có những thức ăn, đồ uống hấp dẫn do nông nghiệp và thủ công sản xuất, chế biến. Đối với khách du lịch Âu - Tây, thì thức

ăn đồ nóng của Hà nội rất thú vị bởi vì họ đã nhầm chán với loại thức ăn qua chế biến công nghiệp.

3- Hệ thống vật thể văn hoá với sự phát triển của du lịch Hà nội.

Hệ thống vật thể văn hoá ở Hà nội đa dạng và phong phú bao gồm :

3.1- Di tích :

Mật độ di tích của Hà nội thuộc loại cao nhất nước : 42,8 di tích/100 km² trong khi trung bình cả nước là 2,2 di tích/100 km².

Di tích kiến trúc có bao gồm : Đình, lăng, đền, chùa, miếu, nhà thờ ...

Nhiều di tích nổi tiếng về sự tích lịch sử, đặc điểm kiến trúc và cách bài trí.

3.2- Khu phố cổ Hà nội.

Sự hấp dẫn của khu phố cổ chính là sự duyên dáng, thanh tú của đường nét kiến trúc, sự bình dị về quy mô, không vươn chiếm chiều cao, tạo thanh tông thể kiến trúc đẹp.

3.3- Các quần thể kiến trúc cận đại và đương đại.

Những công trình kiến trúc này được xây dựng từ cuối thế kỷ 19. Hà nội có tới 319 công trình kiến trúc lớn nhỏ thuộc loại này. Đây là những công trình có giá trị kiến tạo bộ mặt đô thị, là sản phẩm của sự hoà nhập loi kiến trúc Tây phương và Á Đông. Cùng với những công trình kiến trúc bề thế đương đại với các di tích kiến trúc có các cảnh quan khác hợp thành bộ sưu tập qui giá trong kho tang văn hóa và có giá trị lớn với kinh doanh du lịch.

4- Văn hóa nghệ thuật và lối sống nhân văn.

Lễ hội dân gian hội đủ 3 tính chất : tính chất lịch sử, tính chất giải trí, tính chất tín ngưỡng. Lễ hội là loại hình du lịch văn hoa hấp dẫn. Đã có gần 100 phường xã khôi phục lễ hội dân gian. Có lễ hội tầm vóc quốc gia, lễ hội có sức thu hút khách trong nước, Việt kiều và du khách nước ngoài.

Các hình thức nghệ thuật cổ truyền, những phố nghề, làng nghề truyền thống là một tiềm năng nếu khai thác tốt vừa cho kinh doanh du lịch vừa đạt được yêu cầu giữ gìn và phát triển bản sắc văn hoa của dân tộc.

Hà nội có 32 trường Đại học, 54 trường trung học, 112 Viện nghiên cứu. Đây là lợi thế về nhu cầu hợp tác khoa học kỹ thuật hơn hẳn các tỉnh khác.

5- Những ưu thế về vị trí trung tâm chính trị :

Hà nội là nơi đặt trụ sở của các cơ quan đầu não các ngành. Các đoàn công tác, các nhà doanh nghiệp ... muốn vào Việt Nam phải qua Hà nội thực hiện các thủ tục pháp lý. Hà nội có trên 100 sứ quán, các văn phòng đại diện có khá đông viên chức và người phục vụ. Hàng năm Hà nội cũng đón nhận hàng trăm đoàn khách từ các tỉnh về Thủ đô. Vì thế những nhu cầu về khách sạn, nhà hàng, các dịch vụ kèm theo trở nên ngày càng lớn và đa dạng.

Tất cả các tiềm năng tự nhiên và xã hội nói trên tạo cho Hà nội những lực lượng vật chất, tinh thần to lớn và mạnh mẽ trong sự nghiệp phát triển ngành du lịch.

Chương II

THỰC TRẠNG CỦA DU LỊCH HÀ NỘI

A- DU LỊCH HÀ NỘI THỜI KỲ 1989 TRỞ VỀ TRƯỚC .

Do những hạn chế về cơ sở vật chất và về nhận thức, ngành Du lịch chưa có điều kiện để mở rộng phạm vi hoạt động. Nội dung này đã được phân tích khái quát ở phần :

I- Một số tình hình chung.

II- Tình hình phát triển của Du lịch Hà Nội.

B- SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH HÀ NỘI TỪ NĂM 1990 TỚI NAY.

I- NHỮNG QUAN ĐIỂM, CHỦ TRƯƠNG VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH.

Căn cứ vào các Nghị quyết của Trung ương Đảng, của Thành ủy, các Luật pháp hiện hành của Nhà nước cũng như các quyết định của Chính phủ, của UBND Thành phố, Luận án khái quát thành bốn vấn đề tầm vĩ mô quyết định sự phát triển của Du lịch Hà nội từ 1990 tới nay như sau :

1. Phát triển Du lịch là hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước.
2. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế, huy động các nguồn lực trong nước và nước ngoài để phát triển du lịch.
3. Phát triển mạnh du lịch quốc tế đồng thời chú trọng phát triển du lịch nội địa.
4. Phối hợp chặt chẽ và đồng bộ giữa các ngành, các cấp.

II- THỰC TRẠNG VÀ HIỆU QUẢ CỦA KINH DOANH DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI.

1- Sự phát triển về hệ thống tổ chức kinh doanh.

Tốc độ phat triển các doanh nghiệp năm sau so với năm trước kha cao. Cụ thể la : Số lương cac doanh nghiep 1991 tăng 31% , năm 1992 tăng 18.5%, 1993 tăng 48% 1994 tăng 35% Tính đến năm 1994 Ha nội co 297 khach sạn va nha khach voi tong số phong la 4.458. Nhưng chỉ co 1 khách san đủ tiêu chuẩn 4 sao, con lai từ 1 đến 3 sao. Đến nam 1994 khách san tư nhan chiem 65% tổng so khach san toan thanh phố. Cac nha hang, quan an tư nhan phat triển ồ at.

Thực tiễn kinh doanh khach sạn cho thay :

- Cac khach sạn co quy mô lớn với trình độ phục vụ cao thi công suất sử dụng buồng lên tới 95-96%.

- Các khách sạn qui mô vừa, chất lương phong ở va dich vu tot co công suất sử dụng buồng từ 85-90%. Các khach san qui mo nho, chat lương phục vụ thấp, công suất sử dụng buong khoang 40-50% .

2- Cơ sở vật chất va đội ngũ lao động của nganh Du lịch Hà Nội.

Cho đến nay đã co 9.000 ngươi làm việc trong nganh du lich Ha nội. Trong đó có 6.000 ngươi làm việc ở khach sạn, 2.000 ngươi ở cac Công ty lữ hanh, 1.000 ngươi làm việc ở cac cơ sở liên doanh. Nhìn chung số can bộ quản lý cơ sở kinh doanh lam việc đap ứng được yêu cầu cua nền kinh tế thi trương con it, sự hiểu biet về thi trương du lich quốc tế chưa sâu. Số đông trình độ ngoại ngữ yếu.

Trình độ tay nghề cua nhân viên con thấp, sự hieu biết tam lý khach cũng như thai đô, phong cach phục vu con han chế.

3- Những điều kiện về giao thông vận tải va cơ sở hạ tầng khác phục vụ cho kinh doanh du lịch.

Hệ thống cơ sở hạ tầng và vận tải là những yếu tố quan trọng trong việc tạo nên sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch và tạo điều kiện để khai thác tốt hơn các tiềm năng cho kinh doanh du lịch về chiều rộng và chiều sâu.

Hiện nay ở Hà nội có 19 câu hang không nối với các quốc gia trên thế giới. Ngành hàng không đã chuyên chở 92% lượng khách quốc tế tới Việt Nam (trong đó Hàng không Việt Nam chiếm 40%). Tuy nhiên việc mở các tuyến hàng không ở trong nước còn ở mức khiêm tốn.

Hệ thống đường bộ ở Hà nội khá phát triển nên việc vận chuyển khách du lịch tương đối thuận lợi so với các tỉnh khác. Song nhiều tuyến đường chất lượng còn kém, chưa đáp ứng được nhu cầu vận chuyển ngày càng tăng. Hệ thống năng lượng cung cấp cho sản xuất kinh doanh và đời sống có nhiều tiến bộ .Việc cung cấp năng lượngcho kinh doanh du lịch hiện nay là tương đối tốt.

Ở các cơ sở kinh doanh du lịch nước cũng được cung cấp tương đối tốt, song chất lương chưa đáp ứng nhu cầu cao của khach du lịch.

Hệ thống thông tin liên lạc phát triển nhanh về số lượng và chất lượng đã tạo điều kiện thuận lợi cho du khách ở các khách sạn loại lớn và trung bình. Tuy nhiên giá cước điện thoại rất cao so với nhiều nước trên thế giới.

4- Hiện trạng dòng khách.

Từ 1990 tới nay số lương khach quốc tế đến Hà nội năm sau tăng hơn năm trước.

Bieu 1 : Số lượt khách nước ta vào Hà nội so với cả nước.

Năm	Cả nước	Hà nội	Tỷ lệ khách vào Hà nội so với cả nước (%)
1990	250.000	47.000	18.8
1991	300.000	60.000	20.0
1992	440.000	200.000	45.4
1993	670.000	250.000	37.3
1994	1.018.000	350.000	35
Dự kiến 1995	1.300.000	400.000	30.7

Số liệu trên cho thấy du khách vào Hà nội hàng năm tăng cao và chiếm tỷ trọng đáng kể .Tuy nhiên so với tiềm năng và vị trí của du lịch Hà nội với Thành phố Hồ Chí Minh thì sự tăng trưởng đó chưa tương xứng.

Phân tích cơ cấu du khách quốc tế đến Hà nội từ 1990 cho thấy : lượng khách du lịch thuần tuý, du khách đi lẻ không mua theo chương trình trọn gói, khách là sinh viên, thanh niên tăng lên. Khách du lịch là thương gia , đi theo đoàn , mua chọn gói có tỷ trọng giảm.

Nguyên nhân là do công tác tiếp thị còn yếu, tuyên truyền quảng cáo ra nước ngoài chưa tốt. Sự phối hợp giữa doanh nghiệp lữ hành và khách sạn chưa chặt chẽ, doanh nghiệp lữ hành phát triển chậm và nhỏ, chất lượng sản phẩm du lịch thấp, giá cao, môi trường du lịch chưa tốt.

Do tăng trưởng về kinh tế, đời sống của nhân dân được cải thiện nên số lượng khách du lịch nội địa hàng năm tăng. Tốc độ tăng của du

khách nội địa vào Hà nội hàng năm chiếm từ 4,2% đến 4,6% so với tổng số khách du lịch nội địa trong cả nước.

Việc tổ chức các chuyến đi hầu hết là công đoàn cơ sở tổ chức, khách đi lẻ chưa nhiều. Các doanh nghiệp du lịch chưa có sự phối hợp với các cơ quan, các địa phương để khai thác nguồn khách. Vì vậy số khách do ngành du lịch trực tiếp khai thác chỉ có khoảng 12%.

Số đông du khách đến Hà nội đều thăm Lăng, Bảo tàng Hồ Chí Minh. Ngoài ra họ đến viếng Ngọc Sơn, Văn Miếu, Bảo tàng Mỹ thuật, Bảo tàng lịch sử và xem múa Rối nước.

Những năm gần đây doanh thu từ du lịch văn hoá đã chiếm 16% trong tổng doanh thu của du lịch Hà nội.

Tiềm năng để phát triển du lịch văn hoá trên địa bàn Hà nội rất lớn. Song do các điểm và công trình văn hoá chưa được bảo vệ tốt, chưa kết hợp tốt tài nguyên văn hóa và tài nguyên thiên nhiên, nên các tiềm năng đó chưa chưa trở thanh điều kiện để phát triển du lịch.

3- Du lịch văn hóa ở Thủ đô - Kết qủa va hiện trạng.

Du lịch văn hoá vừa là sự chuyển hóa của giá trị văn hoa thanh những sản phẩm du lịch hấp dẫn, vừa góp phần tạo thêm ý thức nhân văn cho các thế hệ. Năm 1994 có khoảng 110.000 lượt khách thăm quan các di tích lịch sử văn hoa chiếm khoảng 30 % tổng số khách quốc tế đến Hà Nội. Các lễ hội cũng là những điểm có khả năng thu hut khach. Vì nhiều lý do khách quan và chủ quan du lịch văn hoa chưa phat triển đung mức.

6- Vai tro quản lý Nha nước trong hoạt động kinh doanh du lịch ở Thủ đô.

Yếu tố quan trọng nhất làm cho du lịch Hà nội phát triển với tốc độ cao trong mấy năm qua là sự đổi mới của bộ máy quản lý vĩ mô. Những đổi mới trong các chính sách đã tạo ra sự thông thoáng, thuận tiện và an toàn trong kinh doanh. Những quyết định về sắp xếp lại doanh nghiệp du lịch, gọi vốn đầu tư của nước ngoài, xử lý các mâu thuẫn của kinh doanh khách sạn và nhà hàng, tiêu chuẩn hóa khách sạn ... là những quyết định đúng đắn của thành phố trong lĩnh vực quản lý Nhà nước đối với kinh doanh du lịch.

Tuy nhiên, việc xây dựng qui hoạch tổng thể và chi tiết cho du lịch Hà nội còn chậm, nên các khách sạn mini và nhà hàng đã xây dựng ra không phù hợp với quy hoạch cải tạo và xây dựng đô thị. Việc kiểm tra kiểm soát chưa tốt. Việc tạo lập mối quan hệ giữa các ngành liên ngành chậm và ít có hiệu lực. Có nhiều công việc giữa quản lý ngành và quản lý theo lãnh thổ còn mâu thuẫn.

Nếu các tồn tại này được khắc phục nhanh hơn thì du lịch Hà nội sẽ phát triển với tốc độ cao hơn, vững chắc hơn.

7- Hiệu quả hoạt động kinh doanh :

Kết quả kinh doanh được thể hiện ở biểu 2.

Biểu 2 : Doanh thu về du lịch của cả nước và của Hà nội.

Năm	Doanh thu cả nước		Doanh thu của Hà nội	
	Đồng VN	Trong đó : USD	Đồng VN	Trong đó : USD
1990	650 tỷ	29 triệu USD	[illegible]0 tỷ	[illegible].5 triệu USD
1991	800 tỷ	[illegible]5 triệu USD	[illegible]5 tỷ	[illegible].5 triệu USD
1992	[illegible] tỷ	[illegible]0 triệu USD	[illegible]0 tỷ	[illegible] triệu USD
1993	2.500 tỷ	12 triệu USD	145 tỷ	15 triệu USD
1994	4.000 tỷ	210 triệu USD	300 tỷ	20 triệu USD

Ở biểu trên kết quả chỉ mới tính cho các doanh nghiệp quốc doanh. Du khách đến Hà nội ăn ở tại các khách sạn tư nhân và các

khoản thu từ lệ phí Visa, sân bay, tiền chi trả cho vận tải nội thành, tiền mua sắm hàng hoá ... chưa thống kê được .

Tuy doanh thu và mức nộp ngân sách của các doanh nghiệp du lịch còn khiêm tốn nhưng tốc độ tăng trưởng hàng năm rất cao. Điều quan trọng hơn là trong những năm qua du lịch là một trong những ngành quan trọng để thực hiện việc chuyển dịch cơ cấu của Thủ đô.

III- NHỮNG VẤN ĐỀ TỒN TẠI ,NGUYÊN NHÂN VÀ NHỮNG BÀI HỌC CỦA VIỆC PHÁT TRIỂN KINH DOANH DU LỊCH HÀ NỘI.

1- Thị trường du lịch chưa được mở rộng, sản phẩm du lịch chưa phong phú, độc đáo và mang bản sắc dân tộc .

Sở dĩ có tình hình trên là do kinh doanh lữ hành chưa được coi trọng nên các doanh nghiệp lữ hành nhỏ bé và phát triển chậm. Tuyên truyền quảng cáo cho du lịch Việt Nam nói chung, du lịch Hà nội nói riêng trên trường quốc tế còn yếu. Trình độ quản lý doanh nghiệp chưa cao. Du lịch văn hóa chưa được coi trọng. Có hiện tượng kinh doanh chạy theo thị hiếu và mode tầm thường.

2- Mạng lưới kinh doanh du lịch chậm được sắp xếp

Nguyên nhân trên đã dẫn tới tình trạng phát triển lộn xộn, môi trường bị phá hủy. Bộ máy quản lý nhiều tầng nấc trung gian nên kém hiệu quả. Việc quy hoạch tiến hành chậm, kỷ cương luật pháp chưa nghiêm, kiểm tra kiểm soát yếu cũng là yếu tố quan trọng của tình hình trên.

3- Những tồn tại trong việc xây dựng cơ sở vật chất cho kinh doanh du lịch.

Một mặt do nhận thức chưa đầy đủ về du lịch và kinh doanh du lịch, mặt khác chưa có qui hoạch tổng thể và chi tiết nên chưa có sự đầu tư thích đáng cho ngành du lịch Thủ đô.

4- Lĩnh vực đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công nhân chưa theo kịp yêu cầu của sự phát triển.

Do chưa coi trọng việc đào tạo, kinh phí dành cho đào tạo quá ít. Việc sử dụng lao động còn tùy tiện, những người có trình độ khá, tay nghề cao chưa được ưu tiên trong sử dụng và bố trí công tác.

5- Những tồn tại về chính sách, luật pháp để quản lý vĩ mô đối với ngành du lịch .

Do chưa có văn bản pháp luật về du lịch nên đã có tình trạng phát triển và hoạt động vô tổ chức, không đảm bảo tính chất chính trị và nhân văn của du lịch.

Chương III

NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI.

I- ĐỊNH HƯỚNG CHUNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2010.

1- Những quan điểm chung :

Quan điểm 1 : Phát triển du lịch Hà nội đặt trong mối quan hệ hữu cơ với việc phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố nhằm đạt được tốc độ tăng trưởng cao, hiệu quả kinh tế - xã hội lớn.

Quan điểm 2 : Khai thác triệt để lợi thế so sánh của Hà nội, tạo sản phẩm độc đáo, hấp dẫn mang đậm nét bản sắc dân tộc, chú trọng sản phẩm du lịch có chất lượng cao.

Quan điểm 3 : Đa dạng hóa các thành phần kinh doanh du lịch, tăng cường đầu tư cho doanh nghiệp quốc doanh, đảm bảo sự bình đẳng giữa các thành phần kinh tế.

Quan điểm 4 : Phát triển du lịch gắn liền với nhiệm vụ bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh chính trị và trật tự xã hội.

Quan điểm 5 : Xây dựng Thủ đô Hà nội trở thành trung tâm du lịch cả vùng Bắc Bộ và là một trung tâm du lịch lớn của cả nước.

2- Mục tiêu phát triển ngành du lịch Hà nội từ nay đến năm 2010 :

Mục tiêu chung là phát triển ngành du lịch Thủ đô đến năm 2000 thành một ngành kinh tế quan trọng và đến năm 2005-2010 trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô. Mục tiêu cụ thể là :

- Thiết lập các tuyến du lịch với các điểm du lịch lân cận và với nước ngoài.

- Xây dựng sản phẩm đặc trưng cho du lịch Hà nội.

- Xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật và công nghệ khách sạn với trình độ cao.

- Nâng cao hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, phấn đấu rút ngắn khoảng cách giữa du lịch Hà nội với một số Thủ đô ở các nước Đông Nam Á đang phát triển.

Mục tiêu trên được cụ thể hoá thành các nhiệm vụ sau đây :

a/ Tạo sản phẩm du lịch Hà nội hấp dẫn, độc đáo :

- Khai thác những tinh hoa, những giá trị độc đáo của văn hoá Thủ đô phục vụ du lịch tham quan, nghiên cứu lịch sử, văn hoá, kiến trúc, lễ hội, các làng nghề truyền thống.

- Tạo sản phẩm du lịch chuyên đề thoả mãn các nhu cầu của từng loại khách như bồi dưỡng sức khoẻ nghỉ cuối tuần, du lịch hội nghị.

- Phối hợp với các tỉnh Ninh Bình, Nam Hà, Hòa Bình, Vĩnh Phu, Thái Nguyên, Sơn Tây thiết lập các tuyến du lịch đa ngoại để thỏa mãn nhu cầu khách nội địa, số người nước ngoài làm việc thường xuyên tại Hà nội và du khách các loại.

- Phát triển du lịch vui chơi, du lịch thể thao ở sông hồ và các công viên, vườn hoa trên địa bàn thành phố.

b/ <u>Từng bước hiện đại hóa các cơ sở vật chất và kỹ thuật, đào tạo nguồn lao động có tay nghề cao</u>.

- Du lịch phát triển đòi hỏi phải nâng cao chất lượng các trang thiết bị kỹ thuật cũng như trình độ phục vụ. Sự cần thiết phải có hệ thống khách sạn hiện đại, nhưng đó chỉ là một bộ phận. Xây dựng khách sạn đồng thời phải bảo vệ, tôn tạo, nâng cấp các tài nguyên du lịch như các di tích, khu phố cổ, vườn hoa, công viên và các cảnh quan thiên nhiên khác.

- Đầu tư mua sắm các phương tiện vận tải tốt hơn, đảm bảo việc di chuyển thuận lợi cho du khách trong thành phố và từ thành phố đi các tỉnh theo các tuyến du lịch.

- Dự kiến trong thời kỳ 1995-2000 mỗi năm bình quân có thêm 3000 lao động làm việc trong ngành du lịch Thủ đô. Số lao động này

cần có trình độ chuyên môn cao, tay nghề vững, am hiểu kinh doanh du lịch, thông thạo ngoại ngữ, hiểu biết lịch sử và văn hoá dân tộc.

II- NHỮNG GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH THỦ ĐÔ HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI.

1- Trên cơ sở quy hoạch tổng thể của cả nước, xây dựng quy hoạch cụ thể cho ngành du lịch Hà nội.

- Xác định rõ các trung tâm du lịch và vùng phụ cận. Trong đó Hồ Tây là trung tâm du lịch Thủ đô, nối với các quận thể khác và phát triển một số điểm du lịch vùng ngoại thành với các phụ cận.

- Quy định cụ thể các tiêu chuẩn cho từng loại doanh nghiệp du lịch làm căn cứ để có biện pháp quản lý thích đáng.

- Quy hoạch về hệ thống kết cấu hạ tầng.

- Tổ chức phối hợp giữa du lịch Hà nội với các tỉnh xung quanh tạo nên các tuyến du lịch phong phú, hấp dẫn thỏa mãn các yêu cầu của khách.

2- Tiếp tục đổi mới quản lý Nhà nước về du lịch, xây dựng và hoàn thiện các chính sách đối với phát triển du lịch Hà nội.

Việc đổi mới và hoàn thiện công tác quản lý và chính sách cần thiết theo mấy nguyên tắc sau đây :

- Phân biệt rõ chức năng quản lý vĩ mô của Nhà nước với chức năng kinh doanh của các doanh nghiệp. Sở du lịch quản lý toàn bộ hoạt động kinh doanh du lịch thuộc mọi thành phần kinh tế trên địa bàn Hà Nội .

- Tiêu chuẩn hoá cán bộ, đầu tư hiện đại hoá bộ máy tổ chức, nâng cao hiệu lực chỉ đạo và điều hành cho phù hợp với yêu cầu và tính chất của ngành kinh tế du lịch.

- Thiết lập tốt mối quan hệ với các sở, các cơ quan có đơn vị kinh doanh, bảo đảm sự giám sát, kiểm tra việc thực hiện các qui định về an ninh an toàn xã hội, chấp hành đúng các chế độ tài chính Nhà nước đã ban hành.

- Tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ nhân viên làm việc trong ngành du lịch.

3- Đổi mới quan điểm đầu tư, mở rộng khả năng thu hút nguồn vốn trong nước và quốc tế.

- Du lịch Thủ đô cần có mức đầu tư cao tương đương với các quốc gia trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Singapore để tiếp nhận khách quốc tế và đủ sức cạnh tranh với các nước lân cận.

- Đầu tư nhiều hơn cho lĩnh vực lữ hành để liên doanh liên kết với các lữ hành lớn trên thế giới như các hãng của Mỹ, Pháp, Đức, Hồng Kông, Singapore.

- Đầu tư vào các tuyến du lịch văn hoá, vui chơi giải trí để khuyến khích tạo thêm các tuyến du lịch mới.

- Lựa chọn các điểm du lịch lớn tập trung đầu tư với các dịch vụ hấp dẫn đạt chất lượng cao.

Để mở rộng khả năng thu hút vốn đầu tư, cần xem xét lại chính sách và giá thuê đất, đơn giản hoá việc cấp giấy phép đầu tư, tránh những thủ tục rườm rà không cần thiết, giải quyết nhanh và dứt điểm

việc xét duyệt thiết kế kiến trúc, việc giải phong mat bang, tang thêm sự an tâm cho các nha đầu tư.

4- Sắp xếp lại mạng lưới doanh nghiệp.

Luận an nhan manh tư tương sắp xep lai cơ sở kinh doanh theo hương công ngh ep hoa va hiên đai hóa, lấy quoc doanh tam chu đao, nghiên cưu mô hinh Tổng Công ty du lich Ha nôi va đưa ra cac kiên nghị sau đây :

- Nên giao các doanh nghiệp du lịch Trung ương ve cho đia phương quản ly theo lãnh thổ. Đối với các cơ sở kinh doanh dich vu co trên 50% doanh thu về huống của cac Sở, Quản, những nha cho người nước ngoai thuê, cũng đề nghi chuyên về Sở du lich quản lý thông nhất - Với những doanh nghiệp co quy mô nhỏ không đủ điều kiên hiên đai hóa thực hiên cổ phần hóa để chuyển sang sở hữu khac.

- Tổ chức cac loại hinh theo hương chuyên môn hóa : như doanh nghiệp lữ hanh vưa hoat động môi giới vừa cung cấp dich vụ hương dẫn, tăng cương thêm loại biệt thự va căn hộ cho thuê cho kinh doanh lưu trú, tổ chức doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển gồm cac loại hình vận chuyển đường bộ, đường thủy, đương sắt, đường hàng không. Tổ chức thêm doanh nghiệp thông tin quảng cao, tư vấn du lich và các doanh nghiệp chuyên doanh các hoạt động vui chơi, giải trí thể thao, các cơ sở san xuất và kinh doanh lưu niệm.

Tiến tơi thanh lập cac tổ hợp, tập đoan kinh doanh du lich, kinh doanh đa dạng trong tương lai.

5- Tổ chức tốt công tác khai thác thị trường khách các tuyến du lịch trong, ngoai nước, nâng cao chất lượng marketing du lịch, tổ chức các cơ quan đại diện du lịch ở nước ngoai phù hợp với yêu cầu và khả năng thực tế.

Chu trong hoat đông marketing ở cac công ty hang lữ hanh, cac khach san nha hang.

Trong kinh doanh du lich, l ữ hanh co vai tro quan trọng va cũng la khau con yếu của du lịch Hà noi. Cần co sự phối hợp với cac cơ quan cac địa phương để tổ chức tốt cac chương trinh du lịch.

Chu trọng công tac nghiên cưu thị trương, tuyen truyền quang cao, tham gia cac hội chợ du lich quoc tế.

Hoan thiện va đồng bộ hoa cac quy đinh co liên quan đến to chức du lịch lữ hanh để đưa lĩnh vực nay vao hoat động co ne nếp.

Tạo điều kiện cho cac doanh nghiệp lữ hành thanh lập cac văn phòng đại diện hoac chi nhanh ở nước ngoai để thực hiện tốt việc thu hút khach.

6- Đào tạo nguồn nhân lực cho nganh, tiêu chuẩn hóa dần đội ngũ cán bộ, nhân viên, thực hiện giáo dục du lịch toàn dân.

Nội dung giải pháp này bao gồm việc đào tạo mới va đào tạo lại đội ngũ can bộ, nhàn viên hiện co băng nhiều hinh thức chinh quy va không chinh quy, dài han va ngắn hạn. Luàn an kiên nghi cac nội dung đào tạo vưa cơ bản, vưa thiet thực cho đôi ngũ can bo quản lý va đội ngũ nhàn viên với cac khâu phuc vu khac nhau co đủ kiến thực hoc vấn để nâng cao tay nghề va co trinh đô theo kịp trao lưu của thơi đại. Thực hiện giáo dục du lịch toàn dân.

KẾT LUẬN

1- Luận án đã thực hiện được các công việc :

- Luận án làm rõ những cơ sở khoa học và thực tiễn trong việc phát triển ngành du lịch của Thủ đô Hà nội, trước hết là trong khoảng thời gian từ nay đến năm 2010

- Thông qua việc phân tích vị trí và vai trò của ngành Du lịch Hà nội trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam và trong đời sống kinh tế xã hội của Thủ đô, đồng thời đánh giá ưu thế về tiềm năng trong việc phát triển du lịch Hà nội, luận án khẳng định ngành du lịch Hà nội cần được phát triển thực sự trở thành ngành kinh tế quan trọng của Thủ đô, tạo tiền đề để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thập kỷ tới, góp phần thúc đẩy các lĩnh vực kinh tế khác, góp phần xây dựng Thủ đô - Trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa và du lịch của cả nước.

- Luận án phân tích quá trình hình thành và phát triển của ngành du lịch Hà nội. Trên cơ sở nhìn nhận khái quát sự phát triển của Thủ đô Hà nội và quá trình hình thành ngành du lịch Thủ đô, luận án đã tiến hành đánh giá thực trạng và hiệu quả kinh doanh du lịch ở Thủ đô Hà nội, cụ thể là thời kỳ từ 1990 đến nay. Luận án không những phân tích lưu lượng khách quốc tế và nội địa đến Hà nội, đánh giá hiệu quả kinh doanh thông qua các chỉ tiêu doanh thu, chỉ tiêu nộp ngân sách cho Nhà nước, luận án còn đánh giá hiện trạng các cơ sở lưu trú - khách sạn, lực lượng lao động ngành du lịch Thủ đô cũng như đánh giá kết cấu hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho kinh doanh du lịch Hà

nội , phân tích thực trạng tổ nước và quản lý ngành du lịch trên địa bàn Thủ đô.

- Luận án đã nêu rõ những vấn đề tồn tại phân tích nguyên nhân và rút ra những bài học cho việc phát triển kinh doanh du lịch ở Thủ đô Hà nội. Điều đó thể hiện ở thị trường du lịch chưa được mở rộng, sản phẩm du lịch chưa phong phú, mạng lưới kinh doanh du lịch chưa được sắp xếp, việc đầu tư xây dựng khách sạn và cơ sở lưu trú chưa phù hợp, việc đào tạo bồi dưỡng cán bộ công nhân chưa được quan tâm đúng mức. Đây chính là những điểm mấu chốt cần được giải quyết để phát triển ngành du lịch Thủ đô trong thời gian tới.

2- Luận án đưa ra các kiến nghị sau :

- Kiến nghị về hệ quan điểm phát triển ngành du lịch Thủ đô Hà nội bao gồm 5 quan điểm có mối quan hệ hữu cơ với nhau làm cơ sở cho sự thống nhất ý chí và hành động đối với các cấp và các đơn vị cơ sở trong ngành du lịch.

Luận án kiến nghị mục tiêu chung và các nhiệm vụ phát triển ngành du lịch Thủ đô từ nay đến năm 2010. Nhiệm vụ đó bao gồm việc tạo nên sản phẩm du lịch của Hà nội hấp dẫn và độc đáo, mở rộng các dòng khách du lịch, tăng cường các dịch vụ cần thiết với chất lượng cao, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, đào tạo người lao động có tay nghề cao.

- Luận án kiến nghị các giải pháp chủ yếu để phát triển ngành du lịch Thủ đô trong thời gian tới bao gồm :

+ Giải pháp về quy hoạch tổng thể về phát triển du lịch của cả nước và vùng đồng bằng sông Hồng, cần xây dựng quy hoạch cụ thể, chi tiết cho ngành du lịch Hà nội.

+ Giải pháp về kiện toàn cơ quan quản lý Nhà nước về ngành du lịch Thủ đô, xây dựng và hoàn thiện các chính sách đối với việc phát triển ngành du lịch Thủ đô. Tăng cường kỷ cương trong hoạt động của ngành du lịch.

+ Giải pháp về xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật cho ngành du lịch, mở rộng khả năng thu hút đầu tư nước ngoài và vốn trong nước.

+ Giải pháp về sắp xếp lại mạng lưới kinh doanh du lịch trên địa bàn Hà nội, điều chỉnh và tổ chức lại các doanh nghiệp quốc doanh, đẩy mạnh liên doanh với các hãng nước ngoài.

+ Giải pháp về tổ chức tốt công tác khai thác thị trường khách du lịch, tổ chức tốt các tuyến du lịch trong và ngoài nước, tổ chức nghiên cứu thị trường du lịch quốc tế, lập cơ quan đại diện du lịch ở nước ngoài.

+ Giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch có trình độ chuyên môn cao, có tinh thần dân tộc vững vàng, tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ.

Các giải pháp nói trên mang tính đồng bộ và cần được triển khai với bước đi phù hợp trong thực tiễn.

CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN NỘI DUNG LUẬN ÁN

1. Bùi Thị Nga - Văn hoa với kinh doanh du lịch. Tạp chí kinh tế và phát triển - Trường Đại học kinh tế quốc dân. Năm xuất bản : Tháng 5-6 năm 1994 ,số 1.
2. Bùi Thị Nga - Các thành phần kinh tế kinh doanh du lịch trong công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tạp chí kinh tế và phát triển - Trường Đại học kinh tế quốc dân. Năm xuất bản : Tháng 7-8 năm 1994 ,số 2.
3. Bùi Thị Nga - Giải pháp thị trường và khách cho du lịch Việt Nam. Tạp chí thương nghiệp thị trường Việt Nam. Năm xuất bản : tháng 8/1994.
4. Bùi Thị Nga - Sự hình thành giá cả của sản phẩm du lịch. Tạp chí kinh tế và phát triển. Trường Đại học kinh tế quốc dân. Năm xuất bản : Tháng 9-10/1994, số 3.
5. Bùi Thị Nga - Dự báo phương hướng phát triển du lịch Hà nội những năm 1995-2000.
6. Bùi Thị Nga - Các giải pháp lớn để phát triển du lịch ở Hà nội. Sách Thương mại - Du lịch - Dịch vụ trong nền kinh tế Việt Nam. NXB Thống kê Hà nội 1994. Năm xuất bản : tháng 11/1994.
7. Bùi Thị Nga - Du lịch Hà nội trong nền nền kinh tế "mở". Tạp chí kinh tế và phát triển. Trường Đại học Kinh tế quốc dân. Năm xuất bản : Tháng 12/1994 ,số 4.